

# Inhaltsverzeichnis

<b>Teil I Theoretische Ansätze .....</b>	<b>1</b>
<b>Verstehen und Diversität in der Sprachphilosophie Wilhelm von Humboldts .....</b>	<b>3</b>
Ulrike Buchholz	
<b>Kommunikativer Institutionalismus und Accounts .....</b>	<b>21</b>
Swaran Sandhu	
<b>Systemtheoretisch orientierte Textsortenlinguistik .....</b>	<b>37</b>
Christina Gansel	
<b>Sprache und Public Relations aus systemtheoretischer Sicht .....</b>	<b>63</b>
Marcus Simon	
<b>Pragmästistischer Ansatz zur Konzeption und Analyse von Public Relations Kommunikation .....</b>	<b>81</b>
Daniela Wawra	
<b>Diskursbasierte Ansätze zur Analyse von Public Relations Kommunikation .....</b>	<b>99</b>
Daniela Wawra	
<b>Wertschöpfung als Wortschöpfung .....</b>	<b>117</b>
Peter Stücheli-Herlach	
<b>Der Begriff von Kommunikation .....</b>	<b>135</b>
Manfred Piwinger und Helmut Ebert	
<b>Teil II Disziplinen / Handlungsfelder .....</b>	<b>151</b>
<b>Strategisch texten .....</b>	<b>153</b>
Annika Schach	

<b>Message Design .....</b>	171
Peter Stücheli-Herlach	
<b>Sprache und Text in der Medienarbeit .....</b>	191
Cathrin Christoph	
<b>Sprachliche Merkmale der Krisenkommunikation mit Schwerpunkt Social Media .....</b>	203
Michael Roither	
<b>Text und Bild in der Unternehmenskommunikation .....</b>	219
Annika Schach	
<b>Die Rolle der Sprache in der Innovations- und Change-Kommunikation .....</b>	241
Helmut Ebert	
<b>Glaubwürdigkeit, Vertrauen und Sprache in den Public Relations .....</b>	257
Martha Kuhnhenn	
<b>Intention und Emergenz .....</b>	271
Christian Schwägerl, Reinhold Fuhrberg und Dimitrij Umansky	
<b>Corporate Language .....</b>	293
Sina Schneider	
<b>Der Zukunftsdiskurs der Commerzbank und GLS Bank in zwei strategischen Textsorten der Unternehmenskommunikation .....</b>	309
Bärbel Bohr und Beatrix Kossmann	
<b>Sprache in der Unternehmenskommunikation auf Facebook .....</b>	333
Andreas Brüser und Alexander Güttler	
<b>Die Wirkung von Storytelling in der Wissenschafts-PR .....</b>	357
Christian Ameseder und Silvia Ettl-Huber	
<b>Der narrative Ansatz in der Gesundheitskommunikation .....</b>	375
Kristin Becke	
<b>„Wer andern eine Grube gräbt . . .“ .....</b>	395
Vazrik Bazil und Manfred Piwinger	
<b>Teil III Textsorten .....</b>	411
<b>Sprachstil des Geschäftsberichts .....</b>	413
Helmut Ebert	
<b>Der Nachhaltigkeitsbericht .....</b>	423
Adrian Aebi und Bruno Frischherz	

<b>Leitbilder als Instrument der Öffentlichkeitsarbeit von Hochschulen</b> .....	453
Martha Kuhnhenn	
<b>Aufsichtsratskommunikation</b> .....	467
Jan Flegelskamp	
<b>Das Interview als Instrument der Krisenkommunikation</b> .....	485
Wilfried Köpke	
<b>Storytelling in der Social Media Markenkommunikation</b> .....	497
Silvia Ettl-Huber und Maria Aschbacher	
<b>Organisationskommunikation mittels Mikroblogs</b> .....	515
Michael Szurawitzki	